

La victoria de Ayuso y las vacunas crean nuevas expectativas en la remontada del consumo en Madrid, tras tres meses de recuperación sostenida

Según el iTB, la caída de consumo en Madrid en abril respecto al mismo mes de 2019 se situó en un -29,2%, muy cerca de marzo (-28%) y muy por debajo del (-58,8%) de enero. Un dato muy positivo, si se tiene en cuenta el mal tiempo que ha caracterizado este mes

El consumo en Madrid en el mes de abril mantuvo niveles similares a los de marzo, a pesar de haber sido el segundo mes de abril más lluvioso del siglo XXI. El mal tiempo no frenó a los madrileños que mantienen una mentalidad positiva y predispuesta a consumir, alentados por el progreso de las vacunaciones.

Este impulso puede verse reforzado por la estabilidad institucional resultante de las elecciones a la Comunidad de Madrid del pasado día 4, en las que una importante mayoría de madrileños dieron su respaldo a Isabel Díaz Ayuso y a sus políticas apoyo a la actividad comercial durante la Pandemia.

“Si el anuncio del gobierno de que el 70% de la población estará vacunada en agosto ha creado un mensaje positivo, la victoria clara del PP es sin duda otro elemento fundamental que seguirá empujando al rebote del consumo al alza”, comenta Pablo Beltrán, CEO de TrueBroker.

Según el iTB, la caída de consumo en Madrid en abril respecto al mismo mes de 2019 se situó en un (-29,2%), muy cerca de marzo (-28%) y muy por debajo del (-58,8%) de enero. “Un dato muy positivo -indica Pablo Beltrán, CEO de TrueBroker- si se tiene en cuenta el mal tiempo que ha caracterizado este mes”.

Según Beltrán, se han registrado casi 10 punto de mejora por mes de promedio “que de mantenerse, en otros tres meses se daría por concluida la recuperación”, aunque la gran incertidumbre que aún existe hace imposible hacer una predicción. Si se observa la caída anual, la acumulada del mes de marzo fue del (-57,3%), mientras que la de abril mejoró mucho (-51,4%), y si se analiza el acumulado de los últimos seis meses (-44,2%), aparece una clara tendencia a la recuperación continuada mes a mes.

Demasiada incertidumbre

No obstante, las muchas incertidumbres impiden hacer predicciones de cuándo se recuperará el consumo definitivamente. Al ritmo actual, en EEUU se alcanzará el 70% de vacunados en agosto. En este sentido, si se cumple la expectativa lanzada por el Gobierno y la CEE, de que en España y en la UE se tendrá el 70% de vacunados en agosto la recuperación, incluso se puede acelerar o podría volver a caer el consumo si fallan las expectativas.

“La variabilidad del escenario impide predecir el momento de salida de la crisis, si bien en TrueBroker estimamos que se producirá entre enero y marzo 2022. Hasta entonces, combinaremos momentos de grandes rebotes en el consumo con momentos en negativo, recuperándose el consumo en tres olas sucesivas con vaivenes, cada vez menores” afirma Pablo Beltrán.

Rebotes positivos

Tener un rebote en positivo quiere decir consumir más de lo que se hacía antes del Covid, algo que pasará durante aproximadamente 12 meses, con algún mes de hasta el 180% en las calles ZETA, las NUEVA Protagonistas del consumo en Madrid y en todas las ciudades del mundo.

Por otro lado, los Barrios Singulares, que serán los nuevos protagonistas del retail en Madrid, han tenido un rebote en positivo del consumo del +18,3% por segundo mes consecutivo, y además acelerándose mucho el ritmo, ya que en marzo fue del +1,7%, encadenando tres quincenas consecutivas con rebotes en positivo. Esta zona está anticipando lo que sucederá en el resto de zonas y calles de Madrid, salvo aquellas que, tras esta crisis, perderán valor comercial e, incluso desaparecerán del tejido comercial de las ciudades, como son las Zonas de Oficinas y las Zonas Residenciales.

El 20% de las calles analizadas tuvieron un fortísimo rebote del consumo en positivo, y el 15% del total superaron el +40%.

Las Zonas Singulares, Zona Centro Turística y las Residenciales llevan mejorando desde enero ininterrumpidamente.

Todo parece indicar que en abril se inició un periodo de doce meses de crecimiento del consumo por oleadas, que se verá crecer en la mayoría de las calles y zonas de Madrid, yendo de menos a más, para luego volver a caer a niveles precovid, con algunos meses de traspies, más o menos severo, en función de los distintos escenarios aún de incertidumbre que se pueden producir o no.

Según TrueBroker, la Zona Centro Turística seguirá siendo muy comercial pero, tras un rebote inicial, quedará algo por debajo por donde estaba antes del Covid. Asimismo, y salvo las Zonas de Oficinas y Residenciales, en todo Madrid se consumirá más de lo que se hacía antes del Covid.

Caídas

Sin embargo, en abril se ha visto una fuerte caída en la zona de oficinas (-60,1%), que dio la nota menos positiva, y una ligera caída con respecto al mes anterior en la Zona Centro Local (-17,2%), y relevante en el Barrio Salamanca (-17,3%), aunque ambas son las que mejor se comportan desde el inicio, después de los Barrios Singulares.

En la Zona Centro Turística se ve, por tercer mes consecutivo, cómo hubo una mejora (-23,1%) muy importante. Entrando en detalle, mejoró mucho en la Latina, Rastro, Plaza Mayor y el Barrios de las Letras (zona de madrileños y de turistas de alta capacidad económica), con muchas de sus calles con fortísimos rebotes en el consumo de hasta el 43%. Por el contrario, la calle Arenal, de un perfil claro de turista con alto nivel cultural, no tuvo mejoría. Hubo un ligero trasvase de público, desde la Zona Centro Local y Barrio Salamanca a los Barrios Singulares principalmente, y algo a las Zonas Residenciales y la Zona Centro Turística.

“El Índice TrueBroker (iTB) muestra quiénes serán los nuevos protagonistas del Retail en esta Nueva Revolución, a la que hemos bautizado de la Humanidad -explica Beltrán-. Los Barrios Singulares y las calles ZETA serán los nuevo Protagonistas, en lugar de las zonas y calles prime tradicionales, que pasarán a segunda posición en la oferta comercial de todas las ciudades del mundo. Este cambio tiene que ver con el fin de la revolución industrial, las nuevas prioridades y valores de la sociedad donde pierde importancia el producto físico, las marcas globales y la moda, frente al ascenso de los intangibles, la personas y el bienestar personal”.

Cambio en el liderazgo del consumo por calles

Por calles, sigue liderando la recuperación del consumo en la Zona Centro Local la calle Fuencarral (-8,5%), mientras en el Barrio Salamanca, la calle Goya (-5,2%) siguió desbancando a la calle Serrano. Por su parte, la calle ZETA nº1 de Madrid siguió su mejoría continua colocándose en +43%, y por segundo mes, la zona de La Latina, Rastro y Barrio de las Letras, elegidos por los madrileños para su ocio, sorprendió con Espoz y Mina (+43,8%), Cava Baja (+43,9%), Toledo (+2,7%). Una vez superadas las restricciones de movilidad, la Zona Centro Turística, especialmente Espoz y Mina (Barrio de las Letras), Cava Baja (La Latina), Rastro (Toledo), seguirán con su rebote positivo, pero con menos fuerza de la actual, ya que son las elegidas por muchos madrileños mientras no pueden salir de Madrid.

Datos de contacto:

María Guijarro
622836702

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Finanzas Madrid](#) [Entretenimiento](#) [Restauración](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>